

# KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG CỦA CBI

## THỊ TRƯỜNG ĐỒ NỘI THẤT Ở ÁO

Xuất bản: tháng 11 năm 2008.

### Giới thiệu.

Khảo sát thị trường của CBI cung cấp cho các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển thông tin về một số phát triển chính trong thị trường đồ nội thất ở Áo. Thông tin này bổ sung cho thông tin được cung cấp trong khảo sát thị trường của CBI trên toàn EU nói chung 'Thị trường đồ nội thất ở EU'. Khảo sát cũng bao gồm tổng quan và giải thích về những sản phẩm được chọn với một vài nhận xét chung về các số liệu thống kê được sử dụng, cũng như các thông tin về các tài liệu có sẵn khác đối với ngành này. Nó có thể được tải về từ <http://www.cbi.eu/marketinfo>.

### 1. Mô tả thị trường: tiêu thụ và sản xuất

#### Tiêu thụ

Trong năm 2007, thị trường đồ nội thất Áo đạt giá trị 2.517 triệu Euro kinh doanh bán lẻ. Trong cùng năm, mức chi tiêu bình quân trên đầu người của Áo là 303 Euro, đây là mức chi tiêu cao nhất ở EU. So với mức chi tiêu bình quân trên đầu người của EU là 165 Euro. Áo là thị trường đồ nội thất lớn thứ 7 ở EU và có giá trị thị trường tương tự nhóm các nước khác, bao gồm Thụy Điển và Bỉ.

**Bảng 1,1 Mức chi tiêu đồ nội thất ở Áo 2003 – 2007, triệu Euro.**

2003	2004	2005	2006	2007	Average ann. % change	Population (million)	per capita in €	Occupants per h/h	Households (thousand)
2,250	2,308	2,375	2,439	2,517	2.8	8.3	303	2.5	3,410

Source: Regioplan, Verdict, Federcasa (2008)

Thị trường Áo có mức tăng bình quân hàng năm là 2,8% từ năm 2003, thể hiện 4 năm tăng trưởng liên tục sau khi sụt giảm về giá trị thị trường trong những năm trước đó. Mức tăng 3,2% trong năm 2007 là mức tăng trưởng cao nhất trong các năm, nhưng xu hướng đi lên này được dự đoán là không thể kéo dài vì hiện nay Áo không có khả năng thoát khỏi những khó khăn kinh tế đang diễn ra trên toàn EU. Phân khúc dành cho nhà bếp đã tăng mạnh trong năm 2007, giải thích cho phần lớn tăng trưởng của thị trường.

Đồ gia dụng dành cho nhà bếp chiếm gần 1/4 thị trường (24%). Các phân khúc khác

chiếm theo tỷ lệ sau: đồ gia dụng bọc nệm 29%; đồ gia dụng cho phòng ăn/phòng khách 21%; đồ gia dụng cho phòng ngủ 16% và đồ gia dụng khác chiếm 10%.

Trên thực tế, người dân Áo chi tiêu cho đồ gia dụng nhiều hơn bất cứ một quốc gia nào khác của EU, được giải thích chủ yếu là do người Áo thích đồ gia dụng và kiểu dáng đồ gia dụng đẹp. Đó cũng là nhân tố bổ sung thêm. Lưu ý rằng giá cả đồ gia dụng ở Áo thì không cao hơn so với các nước còn lại ở EU.

Các xu hướng theo phong cách sống tiếp tục tác động lên thị trường này. Tầm quan trọng của ngôi nhà và không gian cá nhân đang ảnh hưởng đến thiết kế đồ nội thất. Xu hướng này dành cho những thiết kế mang tính cá nhân hơn, cho phép người tiêu dùng tạo ra một dấu ấn và phong cách riêng cho ngôi nhà của mình. Một xu hướng quan trọng khác ảnh hưởng đến thị trường, đặc biệt đối với giới trẻ năng động. Việc giới trẻ thay đổi công việc khá thường xuyên là một tất yếu. Ngoài ra đồ gia dụng thay đổi cũng do nhu cầu đối với đồ gia dụng linh hoạt và có khả năng phù hợp với nhiều kích cỡ khác nhau của chỗ ở.

Tập trung vào thị trường bán lẻ cũng giúp giải thích mức tiêu thụ cao ở Áo. Lutz, Kika / Leiner và Ikea thống trị trên thị trường. Người tiêu dùng Áo thích các nhà bán lẻ chuyên nghiệp lớn này, mặc dù đây có thể là kết quả người tiêu dùng bị hạn chế lựa chọn, các cửa hàng lớn này tạo ra khu mua sắm thực sự hấp dẫn với giá cả cạnh tranh.

Giới trẻ Áo thường thích mua hàng tại IKEA, nơi có thể chọn lựa sản phẩm chất lượng tốt và mẫu mã đẹp, đang ngày càng thu hút nhiều hơn nhóm người tiêu dùng này. Thêm vào đó, mua sắm trực tuyến đang phát triển mạnh ở Áo. Nhiều người Áo dạo qua một vòng các cửa hàng trước khi họ tìm kiếm trên mạng nơi có bán loại sản phẩm đó với mức giá thấp hơn.

Nhập khẩu đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong thị trường, đặc biệt là khoản chiết khấu của thị trường cao cấp, mà đối với những khách hàng lớn tuổi, giàu có thì vẫn trung thành với thiết kế truyền thống của Áo.

Thị trường vẫn được dự đoán là tăng trưởng trong năm 2008, mặc dù có dự báo rằng khó đoán trước được tình hình.

## **Sản xuất**

Áo là nhà sản xuất đồ nội thất cỡ vừa, nhưng là ngành công nghiệp quan trọng của đất nước. Bất chấp cạnh tranh từ nhập khẩu chi phí thấp, sản lượng vẫn tiếp tục tăng. Theo ấn phẩm thương mại Wohnkultur, 2007 là năm phát triển vượt bậc cho ngành đồ gia dụng. Đồ gỗ chiếm xấp xỉ 80% sản lượng, nền móng của sự thành công là tập trung cải tiến và phát triển những sản phẩm mới theo xu hướng mang tính quyết định.

**Bảng 1,2 Sản lượng đồ nội thất ở Áo, 2003-2007, triệu euro.**

2003	2004	2005	2006	2007	Average ann. % change	Number of companies 2005	Number of employees 2005
1,762	1,858	1,939	2,094	2,130	4.9	750	6,500

Source: UAE, Eurostat (2008)

Áo là nhà sản xuất đồ nội thất lớn thứ 8 ở EU, về giá trị Áo gần với Hà Lan, Đan Mạch, Bỉ và Thụy Điển. Trong số các quốc gia này, chỉ có Thụy Điển có tốc độ phát triển giống Áo.

Nhập khẩu tăng mạnh, nhưng xuất khẩu tiếp tục chiếm phần lớn nhất trong sản lượng của Áo. Hầu hết sản xuất địa phương được xuất khẩu sang các thị trường láng giềng như Đức, Thụy Sĩ và Ý.

Theo Thống kê Châu Âu, giá trị sản lượng Áo trong năm 2006 có thể được chia như sau: các bộ phận đồ gia dụng chiếm 61%; đồ gia dụng dành cho nhà bếp chiếm 16%; đồ gia dụng khác chiếm 15%; đồ gia dụng dành cho phòng ngủ chiếm 5% và đồ gia dụng cho phòng bếp/phòng khách chiếm 3%. Thống kê Châu Âu đã không thống kê chi tiết về sản lượng đồ gia dụng bọc nệm, nhưng nó chiếm trên 13% sản lượng chỉ cách đây vài năm.

Ngành công nghiệp Áo đã đầu tư rất nhiều cho công nghệ mới, cũng như trả chi phí cao cho bảo vệ môi trường tốt và hệ thống máy tính trợ giúp. Do vậy, ngành công nghiệp dự kiến sẽ tiếp tục phát triển trong vài năm tới. Độ tin cậy những phong cách truyền thống đã thay đổi. Giá trị mới nhất kế hợp thiết kế hiện đại với các tiêu chuẩn truyền thống về chất lượng và tay nghề thủ công.

### **Những nhà sản xuất hàng đầu bao gồm:**

- Joka là nhà sản xuất đồ gia dụng bọc nệm và giường sofa hàng đầu. Nó được thành lập vào năm 1921 và cũng có một số phòng trưng bày trên khắp cả nước (<http://www.joka.at>).
- Team7 là một nhà sản xuất đồ nội thất độc lập với tất cả các chủng loại, với sự nhấn mạnh các giá trị tự nhiên của gỗ (<http://www.team7.at>).
- Ada là công ty gia đình tiếp tục quá trình sản xuất truyền thống bên cạnh những nhu cầu của thị trường quốc tế, có 700 lao động (<http://www.ada.at>).
- I.Q Möbel sản xuất đồ gia dụng cho phòng khách với phong cách cổ điển và hiện đại, cũng như ghế và giường.

- Hasag là nhà sản xuất sofa và phụ kiện phòng khách, có 90 lao động và có kim ngạch hơn 10 triệu euro (<http://www.hasag.at>) .

### **Những cơ hội và nguy cơ**

+ Người tiêu dùng Áo trung thành với ngành công nghiệp của riêng mình, nhưng xu hướng giá cạnh tranh nhiều hơn sẽ làm cho người tiêu dùng ngày càng chấp nhận hàng nhập khẩu, đặc biệt là những sản phẩm trong các phân khúc thị trường trung lưu và bình dân.

+ Có cơ hội nếu các tiêu chuẩn chất lượng cao được yêu cầu trong thị trường này có thể đáp ứng với mức giá thấp. hoặc điểm khác biệt khác (chẳng hạn như đồ gia dụng được làm từ những loại gỗ đặc biệt như rose, oak, sồi cọ v.v...) thu hút người tiêu dùng quan tâm.

- Sức mạnh của nền sản xuất Áo sẽ gây khó khăn cho các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển thâm nhập vào thị trường Áo. Mặc dù nhiều nhà sản xuất địa phương mua hàng từ các nước khác, đa phần là được thực hiện ở các quốc gia như Hungary và Rumani.

Nhiều nhà xuất khẩu cũng sẽ xem xét các cơ hội hiện có trên thị trường Áo. Bất kỳ xu hướng nào trong các xu hướng này có thể là cơ hội cho nhà xuất khẩu này nhưng lại là mối đe dọa cho nhà xuất khẩu khác. Người mua không luôn trung thành với các nhà cung cấp cụ thể nào, vì vậy bạn có thể mất một nhà cung cấp từ chính nước bạn hay một nước đang phát triển nào đó.

Xem Chương 7 khảo sát EU 'Thị trường đồ nội thất ở EU' để biết thêm thông tin về các cơ hội và nguy cơ.

### **2. Các kênh thương mại cho việc thâm nhập thị trường**

Việc phân phối sản phẩm nội thất được tập trung ở Áo nhiều hơn bất cứ quốc gia EU nào khác. Như đề cập trong chương trước, ba tập đoàn bán lẻ hàng đầu kiểm soát 70% tổng doanh số bán hàng. Mặc dù không có nhiều nhà bán lẻ độc lập mà không nhận làm chi nhánh cho một trong số các chuỗi bán hàng chính, vẫn có một vài nhà bán sỉ và nhà nhập khẩu cung cấp cho thị trường này.

Các đại lý cũng quan trọng trong thị trường Áo. Các đại lý có thể xem tại <http://www.coesch.at> hoặc <http://www.commercial-agent.at>. Vai trò của họ đang bị thu nhỏ lại vì thương mại trở nên tập trung nhiều hơn. Các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển sẽ được tư vấn cách tiếp cận với các nhà bán sỉ và nhà nhập khẩu để thâm nhập vào thị trường này. Kênh này có chiều hướng hợp tác tại thị trường bình dân và trung lưu.

Các tập đoàn mua hàng cũng hoạt động trong ngành đồ gia dụng. Tương lai sẽ giảm quy mô các nhà xuất khẩu nước đang phát triển tìm được những kênh bán hàng trực tiếp đến thị trường này. Tập đoàn mua hàng hàng đầu Garant Möbel (<http://www.garant-moebel.at>).

### **Những nhà bán sỉ và nhà nhập khẩu hấp dẫn bao gồm:**

- Ludwig là doanh nghiệp đồ gia dụng được thành lập từ 1975 với bốn phòng trưng bày trong khu vực Vienna (<http://www.moebel-ludwig.at>)
- Xuất nhập khẩu SBA không chuyên bán đồ gia dụng, nhưng có bán một loạt các sản phẩm bao gồm hàng hóa hộ gia đình và đồ gia dụng (<http://www.sba-gmbh.com>).
- Proform bán đồ gia dụng cho nhà ở và cho văn phòng (<http://www.proform.at>).
- Kletzenbauer là nhà sản xuất và cũng nhập khẩu bàn và đồ gia dụng khác, cũng như bán những sản phẩm do chính mình làm ra (<http://www.austrianfurniture.com>).

Theo các chuyên gia nghiên cứu thị trường Mintel, có 2.378 doanh nghiệp bán lẻ đồ gia dụng tại Áo. Ba nhà bán lẻ hàng đầu là XXXLutz, chuỗi bán đồ gia dụng hàng đầu của Áo với 45 cửa hàng (<http://www.xxxlutz.at>), theo sau là Kika và Leiner với 33 và 17 cửa hàng (<http://www.kika.at>) và IKEA với 6 cửa hàng (<http://www.ikea.com.at>). Lutz cũng bao gồm các nhà bán lẻ Möbelix (42 cửa hàng), Ambiente (3 cửa hàng) và Mömax (7 cửa hàng). Theo nghiên cứu trong tháng 7 năm 2008 của công ty nghiên cứu trực tuyến Marketagent.com, 29,5% số khách hàng đến XXXLutz trong bốn tuần qua, so với 23.1% cho IKEA và 18% cho Kika.

Các nhà không chuyên bao gồm các cửa hàng tạp phẩm và các cửa hàng tự ráp (DIY) chiếm một phần nhỏ, nhưng internet là một kênh bán hàng ngày càng phát triển. Thông qua thương mại đồ nội thất, những mức giá và lợi nhuận khác nhau được áp dụng. Việc tập trung cao độ của thị trường Áo có nghĩa là lợi nhuận sẽ bị thắt chặt và những nhà bán sỉ chỉ có thể xoay xở làm ăn với mức lợi nhuận tương đối thấp so với một số các quốc gia khác. Tùy thuộc vào loại đồ gia dụng, mức lợi nhuận sẽ khác nhau. Lợi nhuận cao hơn có thể thu được từ các loại sản phẩm đặc trưng hơn. Các nhà bán lẻ thêm giữa 80% và 120% đối với giá bán sỉ, chưa bao gồm 20% thuế VAT. Nhiều thông tin có thể xem trong Chương 3.2 khảo sát thị trường của CBI 'Thị trường đồ nội thất của EU'.

Thông tin thêm về cơ cấu thương mại có thể xem tại trang web của ngành công nghiệp đồ gia dụng Áo (<http://www.moebel.at>) hoặc Phòng thương mại kinh tế Áo <http://www.wko.at/einrichtungsfachhandel>

### **3. Thương mại: nhập khẩu và xuất khẩu**

#### **Nhập khẩu**

Trong năm 2007, trị giá nhập khẩu đồ nội thất Áo đạt 1.592 triệu Euro, hay 459.000 tấn. Trong 27 nước EU, Áo được xếp thứ 8 về giá trị, thứ 10 về khối lượng, và được coi là nước nhập khẩu đồ nội thất cỡ vừa. Về giá trị, Áo gần với Ý và Thụy Điển, về khối lượng gần với Hy Lạp.

Giữa năm 2003 và 2007, nhập khẩu của Áo giảm trung bình hàng năm là 1,8% về giá trị (từ 1.483 triệu Euro) và tăng 6,1% về khối lượng (từ 362.000 tấn). Nhập khẩu giảm mạnh đến năm 2005, và sau đó tăng lên nhanh chóng, lượng nhập khẩu tăng lên chủ yếu là từ Đức, Ý, Ba Lan và Slovenia, nhưng lượng nhập khẩu từ Rumani lại giảm.

Nhập khẩu vượt quá xuất khẩu 19% về giá trị và 27% về khối lượng trong năm 2007. Xuất khẩu đang giảm, đặc biệt là năm 2005, và rồi tăng nhanh kể từ đó. Trong cùng thời điểm đã tăng sản lượng đồ nội thất trong nước và lượng tiêu thụ bình quân hàng năm tăng nhẹ. Mặc dù sản lượng cao, nhập khẩu chiếm thị phần lớn hơn, xuất khẩu cũng cao do một số tái xuất trở lại.

Khoảng 6% nhập khẩu của Áo, trị giá 98 triệu Euro hay 41.000 tấn, đến từ các nước đang phát triển trong năm 2007 (8,9% khối lượng). Tỷ lệ này là 8,9% trong năm 2003 (5,6% khối lượng). Trong năm 2007, Trung Quốc chiếm 32% giá trị các nguồn cung cấp thuộc các nước đang phát triển, theo sau là Thổ Nhĩ Kỳ (29%) và Croatia (7%). Bosnia-Herzegovina, Việt Nam và Indonesia cũng là những nhà cung cấp quan trọng. Trong khi các nguồn cung cấp của Trung Quốc tăng bình quân hàng năm là 33% trong kỳ, các nguồn cung cấp của Thổ Nhĩ Kỳ tăng nhiều. Các nguồn cung cấp của Croatia và Bosnia-Herzegovina giảm xuống đáng kể trong thời gian qua, nhưng các nguồn cung cấp từ Việt Nam đang tăng lên.

Theo nhóm sản phẩm, nhập khẩu của Áo về giá trị có thể được phân chia như sau:

- Hai nhóm sản phẩm hàng đầu là đồ gia dụng khác chiếm 25% về giá trị và 28% về khối lượng (395 triệu Euro hay 130.000 tấn) và các bộ phận đồ gia dụng chiếm 22% về giá trị và 22% về khối lượng (344 triệu Euro hay 101.000 tấn).
- Ghế có bọc nệm chiếm 28% tổng nhập khẩu (238 triệu Euro hay 46.000 tấn) và đồ gia dụng cho phòng ăn/phòng khách (205 triệu Euro hay 66.000 tấn).
- Đồ gia dụng còn lại được tính như sau: đồ gia dụng dành cho phòng ngủ (143 triệu Euro), ghế không bọc nệm (127 triệu Euro), đồ gia dụng dành cho nhà bếp (119 triệu Euro) và đồ gia dụng bằng mây đan (21 triệu Euro).

#### **Xuất khẩu**

Trong năm 2007, đồ nội thất xuất khẩu từ Áo đạt giá trị 1.341 triệu Euro, tương ứng

362.000 tấn, trong đó các bộ phận đồ gia dụng chiếm trên 55%. Giữa năm 2003 và năm 2007, mức giảm xuất khẩu bình quân hàng năm là 2,9% về giá trị, nhưng lại tăng lên 6,6% về khối lượng.

Có thể có một số tái xuất từ thị trường Áo, vì xuất khẩu được ghi nhận tương tự sản lượng nội địa. 1/3 tổng xuất khẩu đến Đức. Ý và Thụy Sĩ là hai điểm đến lớn tiếp theo.

### **Những cơ hội và nguy cơ**

+ Cơ hội tăng trưởng chính cho các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển là ghế bọc nệm và đồ gia dụng dành cho nhà bếp. Đồ gia dụng dành cho nhà bếp là ngành công nghiệp nội địa truyền thống mạnh, nhưng trong những năm gần đây đã có tốc độ tăng trưởng ấn tượng từ các nước đang phát triển.

+ Những cơ hội lớn khác là các sản phẩm đồ gia dụng khác và ghế không bọc nệm.

+ Đồ gia dụng dành cho phòng ngủ, phòng ăn và phòng khách không tăng trưởng theo mức tăng trưởng nhập khẩu trung bình hàng năm, nhưng các nhà nhập khẩu từ các nước đang phát triển đang thể hiện một số gia tăng thị phần.

- Mặt khác, nguồn cung cấp các bộ phận đồ gia dụng giảm đi đáng kể.

Xem Chương 7 khảo sát thị trường CBI 'Thị trường đồ nội thất ở EU' để biết thêm thông tin về những cơ hội và nguy cơ.

### **Các nguồn hữu dụng**

• <http://exporthelp.europa.eu/>

• <http://epp.eurostat.ec.europa.eu;>

• [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/assets/User\\_guide\\_Easy\\_Comext\\_20080117.pdf](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/assets/User_guide_Easy_Comext_20080117.pdf)

## **4. Sự phát triển giá cả**

Áo là một trong các nước truyền thống có giá cả sản phẩm đồ nội thất cao ở EU. Tuy nhiên, những năm gần đây giá cả vẫn giữ ở mức ổn định, thậm chí giảm như là hệ quả của khủng hoảng kinh tế. Năm 2006, chỉ số giá cả đồ gia dụng ở Áo là 91 so với mức trung bình của EU là 100. Giá cả tại Áo tương tự ở Hà Lan và Đức.

Theo Eurostat, giá bán lẻ đồ gia dụng tăng 0,7% năm 2006 và 1,0% năm 2007, so với 0,7% và 2,1% của toàn EU. Do đó, giá cả tăng ở Áo lại thấp hơn mức trung bình của EU. Giá bán sỉ cao hơn 0,5% trong năm 2006 và tăng hơn 2,9% trong năm 2007.

Mặc dù ngành không thỏa thuận giá cả dựa trên trọng lượng, nhưng hữu ích khi so sánh giá nhập khẩu. Khuynh hướng giảm giá nhập khẩu vẫn tiếp tục. Như bảng 4.1 chỉ rõ giá nhập khẩu nước đang phát triển ít hơn 1/3 giá nội khối EU. Nó có thể giải thích xu hướng mua hàng nhiều hơn từ các nước đang phát triển. Xin lưu ý rằng các xu hướng này nên được quan tâm, vì thay đổi trong nhập khẩu không phản ánh hết thay đổi trong nhu cầu.

**Bảng 4.1 Sự phát triển trong giá cả/ giá trị nhập khẩu trung bình ở Áo, 2003 – 2007.**

	2003	2005	2007	ave. Annual % change
	ave price per '000 tonnes	ave price per '000 tonnes	ave price per '000 tonnes	
Total imports	4.09	4.08	3.47	-4.0
Intra-EU	4.74	4.62	3.63	-6.5
Developing countries	6.55	3.01	2.40	-22.2

Source: Eurostat (2008)

Trang web của Cục Thống kê quốc gia Áo (<http://www.statistik.at>) phát hành các chỉ số giá tiêu dùng hài hòa, bao gồm cả ngành đồ gia dụng. Để cập nhật giá đồ gia dụng, xem IKEA (<http://www.ikea.at>), nhà bán lẻ hàng đầu KIKKA (<http://www.kika.at>) và tập đoàn mua hàng Garant Möbel (<http://www.garant-moebel.at>). So sánh giá cùng loại sản phẩm của IKEA trên toàn EU, giá cả ở Áo thấp hơn. Xem chương 5 khảo sát của CBI 'Thị trường đồ nội thất ở EU' để biết thêm chi tiết.

## 5. Những yêu cầu thâm nhập thị trường

Với tư cách là một nhà sản xuất thuộc nước đang phát triển chuẩn bị thâm nhập vào Áo, bạn cần phải nhận thức được những yêu cầu tiếp cận thị trường của đối tác thương mại của bạn và chính phủ Áo. Đối với thông tin về những yêu cầu lập pháp và không lập pháp, vào 'Search CBI database' tại <http://www.cbi.eu/marketinfo>, chọn đồ nội thất và Áo trong danh mục tìm kiếm, bấm vào nút tìm kiếm và nhấp vào những yêu cầu tiếp cận thị trường.

Thông tin chi tiết về bao bì có thể xem tại trang web của ITC trên bao bì xuất khẩu: <http://www.intracen.org/ep/packit.htm>.

Thông tin về Thuế và hạn ngạch có thể xem tại <http://exporthelp.europa.eu/>.



## 6. Hoạt động kinh doanh

Thông tin về hoạt động kinh doanh như tiếp cận các đối tác kinh doanh tiềm năng, xây dựng mối quan hệ, chào hàng, xử lý hợp đồng (các phương thức thanh toán, điều kiện giao hàng) và những khác biệt văn hóa có thể xem trong các cuốn sách về xuất khẩu của CBI 'Export Planner', 'Your image builder' và 'Exporting to the EU'. Chúng có thể được tải xuống từ <http://www.cbi.eu/marketinfo> - vào tìm kiếm các ấn phẩm. Để biết thêm thông tin về hoạt động kinh doanh tại Áo, hãy truy cập vào các trang web sau đây:

- Trang web của ngành công nghiệp đồ gia dụng Áo có thể xem tại <http://www.moebel.at>, và biết thêm thông tin có thể xem tại trang web của Phòng thương mại Áo (<http://www.wko.at>) và tại <http://www.timber-online.net>.
- Furniture and Timber Construction Cluster có đường dẫn tốt đến các tổ chức khác (<http://www.mhc.at>).
- Hiệp hội bán lẻ Áo có thể xem tại <http://www.einrichtungshandel.at>.
- Các hội chợ thương mại đồ gia dụng lớn là CASA, được tổ chức hàng năm tại Salzburg vào cuối tháng một (<http://www.casa-messe.at>) và Wohnen & Interieur Messe, được tổ chức vào tháng 3 hàng năm tại Viên (<http://www.wohnen-interieur.at>).
- Các ấn phẩm thương mại lớn là Wohnkultur (<http://www.verlag-lorenz.at>) và tạp chí Tischler (<http://www.wirtschaftsverlag.at>).
- Thông tin thị trường có thể xem tại Regioplan Consulting (<http://www.regioplan.at>) và tại Makam Market Research (<http://www.makam.at>).